新时期出版业高质量发展的实践路径探讨

吴 琼[1] 宁嘉宁[2]
（1. 中国地图出版社研学旅行发展部，北京 100054；2. 中国地图出版社教材出版分社，北京 100054）

摘 要：高质量发展是我国出版未来发展的重要特征，同时也是新时代新形势赋予出版业的新要求。基于此，本文重点探讨出版业实现高质量发展的路径与举措，并指出，出版业可在人才队伍建设、媒体融合进程、业态创新发展、出版品牌打造等层面着力发力，从而推进出版事业更有效率、更可持续的发展。

关键词：高质量发展；媒体融合；业态创新；人才培养；路径探讨 **中图分类号：**G621 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-132-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.039
本文著录格式：吴琼，宁嘉宁. 新时期出版业高质量发展的实践路径探讨 [J]. 中国传媒科技，2022（06）：132-134.

伴随着我国经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段，出版行业也面临着新的转型机遇期。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确提出，到 2035 年我国要建成社会主义文化强国。[1] 围绕这一要求，作为文化建设重要内容的出版工作，须坚守文化使命，坚持新发展理念，打造现代出版行业生态新格局。

黄晗在《中国出版业高质量发展：内涵与路径》一文中指出：“随着互联网的普及、新媒体的发展，过去片面追求出版规模的粗放型发展模式与新时代大众阅读需求日趋个性化的矛盾日趋凸显，出版行业中无序竞争、粗制滥造以及落后的管理与营销模式令其面临着图书种类虽多，但单品效益差、库存积压严重的境地。因此，中国出版业亟需走高质量发展之路以满足大众日益增长的高品质图书需求。”[2] 切实转变发展方式，实现更高质量发展，是“十四五”时期我国出版业的重要战略任务。高质量发展是我国出版未来发展的重要特征，同时也是新时代新形势赋予出版业的新要求。[3] 当前，出版业在积极提升出版品位、保证出版质量、打造文化精品的同时，需要在出版人才培养、媒体融合进程、出版品牌打造、业态创新发展等层面着力发力，为出版业高质量发展与经济结构调整注入新动能。新时期出版业高质量发展的具体路径可从以下四个维度进行思考。

1. 注重培养专业型、创新型、复合型编辑人才

人才是出版业实现高质量发展的基础保障。换言之，出版业要实现高质量发展，必须重视对出版人才队伍的建设和培养。编辑是出版工作中不可或缺的核心角色。当前，应重视培养专业型、创新型、复合型编辑人才，更好促进出版行业发展。

一是要强化专业基础，培养专业型编辑人才。尽管出版产品的形式不断发生着变化，但编辑作为内容质量的把控者，仍要不断提升自身理论修养、专业素养和专业技能，唯有如此，才能在立体化的出版实践中生产出质量优、品质高，经得起时间检验的优秀出版物。

二是要加快数字化转型进程，培养创新型编辑人才。在媒体融合的时代背景下，出版生态格局正在发生着巨大的变化。编辑须顺应时代潮流，做好数字化转型工作。融合出版是传统出版与数字出版的一种深度融合，这不仅要求编辑具有深厚的文字功底，更要对媒体风向保持高度敏感。要有追逐新事物、敢于尝试的勇气，面对“两微一端”等新媒体下的场景变化，编辑要有将核心内容由文字转化为图片、音视频、H5 动画甚至裸眼 3D 的意识，以满足当下用户的个性化需求，实现最终的变现。以互联网思维优化资源配置，加强数字技术的应用能力，主动学习，自我提升，利用新技术、新应用对传统纸质图书进行深度开发和多形态、多介质的内容呈现，积极打造更多优质产品，从而更好地满足读者个性化、多元化的阅读需求，推动出版行业长久稳定发展。

三是要提升综合业务能力，培养复合型编辑人才。一些出版社根据工作内容的区别，将编辑细分为策划编辑、文字编辑、营销编辑、数字编辑等，这在一定程度上有助于工作细分和任务落实。但在媒体融合浪潮的冲击下，这种模式不利于编辑的长远发展，也难以使优秀编辑发挥核心竞争力。

当前，培养“产品经理型”以及“融合型”编辑已成为出版业人才队伍建设工作的共识。编辑不再仅仅是传统纸媒内容的生产者和传播者，而是知识服务产品的研发者和推广者。出版单位要想真正培养复合型人才，应让编辑熟悉出版工作全流程各环节。从选题策划、编辑加工、宣传营销等各个环节对图书及其衍生产品进行流程把控，提升综合业务能力。

媒体融合的时代背景也对编辑人才提出了更新更高的要求。复合型编辑不仅要熟练掌握传统出版各流程各环节工作，同时还要运用创新思维，在选题策划之初即运用融合出版理念，熟悉各种媒体的特性，充分考虑选题是否适合音频、视频、动画、游戏、H5 等呈现形态，同时要考虑后期如何更好地进行线上与线下相结合的互动营销模式，如线下新书发布会、沙龙、讲座与线上营销、网络直播的融合等，实现传统出版与新兴出版的有效融合。

新时代的编辑应逐渐成长为全能型、复合型人才，

成为知识服务产品的研发者、融合发展的推动者、出版品牌的运营者。

2. 加快科技创新和媒体融合进程

媒体融合是出版业实现高质量发展的核心所在。2019 年 3 月 16 日，习近平总书记在《求是》杂志发表重要文章《加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局》。文章强调要深刻认识全媒体时代的挑战和机遇，全面把握媒体融合发展的趋势和规律，推动媒体融合向纵深发展。[4]2020 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，从重要意义、目标任务、工作原则三个方面明确了媒体深度融合发展的总体要求。[5] 可以说，加快传统出版产业数字化转型已经成为中国出版业发展的新方向、新动能。

当前，出版界对物联网、云计算、大数据、人工智能等新兴技术已并不陌生。但“出版 + 技术”的融合产品仍较为单一，尚停留在图文内容与互联网平台简单相加的初级阶段。这样的产品形式只是出版和技术的单一叠加，并不符合融为一体、合而为一的全媒体传播格局的要求。但必须看到，出版融合并不能一蹴而就地达成目标，而是需要一个循序渐进的革新过程。在这个过程中，出版业应谋求自身的发展变革，在保障自身内容资源优势的同时，逐步实现内容、渠道、体制、平台等全方位创新。

出版业应着重从效率和质量两个层面推进媒体融合发展。

一是加快媒体融合进程。出版业应充分利用科技的驱动引领作用，加大科技创新投入力度，积极构建智慧出版系统，着力构建媒体融合科技创新体系、内容供给体系，从选题策划、内容生产、呈现形态、技术开发、平台建设、市场营销等各方面，加快媒体融合进程，创新融媒体出版的盈利模式。

这里以呈现形态和市场营销为例，探讨如何进一步加快媒体融合进程。在呈现形态方面，根据图书产品的具体内容和实际需求，可以选择并设计不同的融媒体表达方式，如 VR 交互动画、平面交互动画、遥感影像、视频动画、专题视频、音频、电子书等。在市场营销方面，要多措并举，搭建全媒体营销矩阵，全方位、多渠道营造宣传声势。充分发挥出版社新媒体传播优势，积极开展新媒体宣传。采用高平台、全媒体的思路，通过新华网、人民网、央视网、学习强国等主流媒体和平台进行宣传。同时借助“两微一抖”（微博、微信、抖音）、新媒体账号等多种传播媒介进行产品宣传。

出版业可以传统纸质出版为主体，融合应用多种现代传播方式和技术手段，线上与线下相结合，打造“纸质媒体 + 富媒体技术 + 移动互联网”的出版模式，突破传统传播手段时间性、地域性和空间性的限制，不断增强出版产品和出版品牌的社会影响力。

二是推动媒体融合向纵深发展。以往出版单位内部各部门往往有各自明确的任务分工，但往往融合程度不高。同一出版社时有同质化产品出现，数据不互通也易造成重复劳动，这就需要通过融合发展打破壁垒，重新整合资源，保持开放性和共享性，实现各种资源的互联互通、优化配置，避免可能引发的资源浪费。可打造并升级电子数据库、信息共享和服务平台，为媒体的深度融合做好技术、平台和运维支撑，为高质量发展提供新动能。同时，在内容资源、体制机制、人才培养各方面，提升融合质量与融合效率，实现高质量创新性发展。

在媒体融合浪潮的冲击之下，传统出版应立足内容优势，拓展产业链条，实现发展模式转型升级，将内容和技术更好结合，为读者和受众提供更多更有价值的多元化、个性化服务。

出版业应着力打造多元化融媒体产品，实现集文字、音频、视频、线上服务乃至虚拟现实、增强现实等多种表现形式为一体的产品形态。积极构建立体丰富的产品线，运用互联网思维进行市场运作，把握出版融合发展规律，实现各种要素和资源的优化整合。在出版融合的不断推进中，力争由单一线性的运作模式转向全面综合的发展模式，这就需要不断进行各种探索和尝试，实现业态创新。

3. 多措并举，推进出版业态创新

出版产业的业态创新，是出版业实现高质量发展的重要方向。当前，要多措并举，积极推进出版业态创新。

一是在出版物服务方式、生产模式、技术升级、传播渠道等方面实现业态创新。以服务方式为例，以往出版工作的重心一般放在图书产品的编辑加工、生产印制等环节上，对读者的真实需求、阅读体验和评价反馈关注不够。即便有后续衍生服务，也往往流于形式，在维护运营上力度不够，单向输出多，交互性少。“更高级的媒体融合产品知识服务必须增加读者的参与度，增加读者有效参与式设计，确立‘共创共享’理念。”[6] 当下，要建立基于读者需求的创新服务模式，对读者需求和反馈做出迅速回应，为读者和受众提供更多增值和创新服务，引导他们参与互动，改变其被动接受知识、被动接收信息的地位，增强读者的主体性；在生产模式上，要实行精益管理，在网络化的生产模式下，各工序之间实现数字化衔接，提高作业效率；在传播渠道上，可通过报纸、杂志、电视台、网络、媒体平台，应用宣传报道、短视频、微课程、虚拟现实、增强现实、线上互动等手段和形式，做好宣传推广，实现精准营销。

二是以“文化 + 旅游”为抓手进行业态创新。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出，要“健全现代文化产业体系”“加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式”“推动文化和旅游融合发展”。[7] 可见，业态创新的重要方向之一是“文化 + 旅游”的跨界融合。

在媒体融合的时代背景下，传统出版如何更好地与新兴出版相结合，从简单的技术相加变成和谐的融合发展，

是出版业亟待解决的迫切问题。研学旅行是出版业融合发展的新方向。探索出版业新业态创新模式及其发展道路，需要积极开发研学旅行市场，打造优质产品，创建研学品牌，动态性地开发研学旅行课程。[8] 将技术和内容有机结合，丰富产品形态，为用户提供更有价值的多元化、个性化服务。“十四五”期间，出版业在“文化 + 旅游”“旅游 + 教育”等领域可以进一步完善和扩大相关业务。

出版业应深耕内容资源，拓展业态服务，在优势资源挖掘利用、文化活动策划运营等方面不断开拓创新，共同塑造特色文化品牌，打造融合发展多元业态，实现文化与旅游的高质量融合发展。

4. 打造出版品牌，提升品牌价值

积极打造出版品牌、提升品牌价值，是出版业实现高质量发展的关键环节。近些年，出版品牌如雨后春笋，纷纷涌现，如商务印书馆的辞书品牌，社会科学文献出版社的甲骨文丛书品牌，广西师范大学出版社的理想国品牌、新民说品牌，中信出版社的奇点品牌等，在优质的内容供给和精心的运营维护下，这些出版企业也都因品牌效应取得了良好的社会效益和经济效益。出版品牌的构建，可从以下几方面着力。

4.1 提升产品质量，丰富产品形态

出版物的质量直接影响着出版企业的品牌建设。出版业具有优质的内容资源，要坚持内容为王，并在编辑加工、排版校对、装帧设计、印刷装订各环节加强质量管理，不断提升图书产品质量。

为了更好地开展新业态运营，出版业应以“内容创意”为抓手，实现“三多”目标，即多渠道传播，多产品格局，多元化发展。“三多”目标又与媒体融合有着千丝万缕的关联。出版行业现有产品以纸质图书为主，但纸质图书已无法满足人们的阅读需求和客观发展实际。基于此，出版业可研发“传统出版 + 数字产品 + 文创周边”的多向融合，不仅可以有效改变传统纸质图书产品结构单一的现状，更有助于打造影响力和认同感广泛的优质出版品牌，突出产品特色，丰富、延伸品牌内涵。

4.2 立足自身特色，深耕优势领域

充分挖掘并整合现有资源，结合出版企业自身的专业特色和方向定位，明确出版范围与选题方向，打造一批以社会效益为先的品牌系列产品。进一步挖掘现有优势资源，从新角度新形式对资源进行优化配置，把高质量发展要求落实到出版全过程，不断丰富出版内容，打造出更多规模化系列产品，建设适应不同群体和不同需求的立体化品牌体系。

4.3 建立交流平台，提高服务水平

出版业应更加注重品牌创设和运营，可建立与读者的深度交流平台，开展与读者之间的互动交流，倾听读者对产品的感受与建议，更好地接收产品反馈与评估，从而更全面地了解市场和读者的实际需求。

通过该平台，读者和用户可以随时与出版单位的运营平台沟通互动，如果反馈的评价有助于完善内容资源并提升产品质量，可以赠送图书或提供购书福利、阅读福利的形式对提供有效建议者给予一定奖励，从而鼓励更多更有针对性的意见和建议，帮助出版企业更好地进行产品研发。通过评价反思，进一步提高服务水平，促进出版产品质量不断提高。

结语

“十四五”规划的主题是推动高质量发展，对出版业而言，一方面要坚守出版阵地，实现“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的文化目标。另一方面，则要不断推进融合发展与业态创新，抓住出版事业发展契机，探索高质量发展的现实路径。要在质量提升和结构优化上着力，并积极进行内容创新、管理创新、营销创新、科技创新，提升产品服务水平，加快加深出版融合进度程度，主动融入“双循环”新发展格局。

新阶段蕴含新机遇，新征程赋予新使命。在新的时代背景下，出版业要实现高质量发展，须进一步激发活力、提高效率，更好发挥文化服务功能，更加突出发展质量，增强创新驱动发展的能力，提高科技赋能的水平，在打造新型产业形态方面取得进展，加快推进出版融合进程。进一步把品牌优势、资源优势、人才优势转化为经营效能，更好书写出版强国“十四五”发展新篇章。媒

参考文献

[1] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要 [M]. 北京：人民出版社，2021.

[2] 黄晗 . 中国出版业高质量发展：内涵与路径 [J]. 科技传播，2020（5）：78-79.

[3] 国家新闻出版署 . 出版业“十四五”时期发展规划 [J]. 中国出版，2022（3）：8-20.

[4] 习近平 . 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局 [J]. 求是，2019（6）.

[5] 中共中央办公厅、国务院办公厅 . 关于加快推进媒体深度融合发展的意见 [EB /OL]. http：//www.gov.cn/zhengce/2020-09/26/content_5547310.htm.2020.

[6] 于殿利 . 媒体融合的新特征与出版经济的新属性 [J]. 现代出版，2021（5）：74-80.

[7] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议 [M]. 北京：人民出版社，2020.11.

[8] 王兵 . 基于文旅融合的出版业与研学旅行互动发展分析 [J]. 媒介与文化研究，2020（12）：147—150.

作者简介：吴琼（1988-），女，北京，博士研究生，副编审，研究方向：中国古代文学；宁嘉宁（1987-），男，湖南邵阳，本科，出版中级，研究方向：出版发行。

（责任编辑：张晓婧）